

## РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор Буторина Татьяна Федоровна, Кунев Сергей Викторович

Название статьи Маркетинговые инструменты обеспечения конкурентных преимуществ предприятия

### 1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. Статья посвящена рассмотрению принципов и инструментов маркетинговой деятельности современных организаций. В рамках главной задачи организации маркетинговой деятельности рассмотрены соответствующие частные задачи. В качестве инструментов маркетинга рассмотрены элементы классической концепции 4 P. Сделан вывод о необходимости информационных технологий как интегрирующего фактора маркетинговой деятельности предприятия и рассмотрены их основные типы.

### 2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в установлении того, что роль и значение организации маркетинговой деятельности для предприятий производственного сектора сложно переоценить, эффективный маркетинг позволяет сформировать и обеспечить результативность ассортиментной, ценовой, закупочной и сбытовой деятельности предприятия.

### 3. Логичность и последовательность изложения материала

Стиль изложения материала четкий и последовательный, что свидетельствует о компетентности автора в исследуемом вопросе.

### 4. Проведение анализа по заявленной проблематике

В статье в результате обзорного исследования определено, что основным направлением повышения результативности маркетинговой деятельности на предприятии выступает внедрение в его организацию ИТ- технологий и, в частности, CRM-систем.

### 5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на проведении маркетинговой кампании для поддержания уровня конкурентоспособности на необходимом уровне, а также в целях противостояния усиливавшемуся влиянию рисков на предпринимательскую деятельность организация маркетинговой деятельности необходима. Вектор реализации маркетинговых мероприятий, как выяснено, определяется исходя из полученных результатов анализа внешней и внутренней предпринимательской среды. Маркетинговый подход в управлении включает в себе применение определенного набора инструментов в целях формирования, продвижения продукта или услуги на рынок.

6. Использование методов научного познания

Методологическое значение исследования заключается в использовании методов познания, в частности, методов эмпиризма, индукции и дедукции, системный метод, синтез, метод диаграммы, вычислительное моделирование.

7. Целесообразность научного источника

Источники, используемые в научной статье, относятся к современному уровню знаний на исследуемую проблему.

8. Научный стиль изложения, терминология

В целом научный стиль имеет логичную построенный и законченный характер. Решающую роль играют термины, имеет ссылки на авторитетные литературные источники.

9. Систематические принципы оформления

Статья систематизует проблематику, представляемую в работе такого рода.

10. Выводы рецензента (если есть)

Выводов по работе нет.

Рекомендации к опубликованию (подчеркнуты)		
<u>Публиковаться без изменений</u>	Публиковаться после доработки указанных замечаний	Отклонить (обосновать)

Рецензент

Бондар Елена Александровна

Ученый сотрудник с.з.н. доцент

Должность доцент

Место работы кафедра менеджмента Алтайского государственного университета

